

ABSTRACT

This research aims to know the influence of product quality, price and brand image to buying decision in CV Kurnia Motor. The object for this research is employee at CV Kurnia Motor. This research was done to 60 respondents by using quantitative descriptive approach. Thus data analysis which is used is statistic analysis in the form of double linear regression test. The result of this research shows that either simultaneously or partially, product quality, price and brand image to buying decision in CV Kurnia Motor. It has been proven from the result of (f) simoultant test and the result of (t) partial shows significant point of three independent variables that supports hipotesys. There fore, the accepted assumption is, there is influence between job product quality, price and brand image to buying decision in CV Kurnia Motor.

Keywords: product quality, price, brand image, buying decision, CV Kurnia Motor .



ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian CV Kurnia Motor. Objek penelitian ini adalah karyawan yang bekerja pada CV Kurnia Motor. Penelitian ini dilakukan terhadap 60 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian CV Kurnia Motor. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t) juga menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian CV Kurnia Motor.

Kata Kunci: kualitas produk, harga, citra merek , CV Kurnia Motor.

